印刷業界におけるデジタル印刷に関するアンケート調査

2011 年デジタル印刷市場の現状

報告書

平成２４年３月

社団法人 日本印刷産業連合会

目　次

Ⅰ．国内印刷企業へのアンケート調査の内容 3
Ⅰ-1　サマリー／印刷品目により異なるビジネスモデル 3
Ⅰ-2　デジタル印刷の市場規模（回答 94 社） 5
Ⅱ．アンケート調査の結果 5
Ⅱ-1 アンケート回答企業 5
Ⅱ-2　アンケートの結果 6
１．主要な受注品目 6
２．社内の工程・製造設備 7
３．2010 年度の売上高 7
４．デジタル印刷機（生産機）の保有状況など 8
4-1 色数 8
4-2 取得時期 8
4-3 デジタル印刷機の収益性 9
5. デジタル印刷ビジネスの市場規模 9
5-1 回答 94 社における市場規模 9
5-2　商業印刷市場規模（回答 94 社） 10
5-3　ハイブリッド印刷市場規模（回答 94 社） 10
5-4　大判印刷市場規模（回答 94 社） 11
5-5　出版印刷市場規模（回答 94 社） 11
5-6　ブックオンデマンド印刷市場規模（回答 94 社） 12
5-7　フォトアルバム印刷市場規模（回答 94 社） 12
5-8　事務用印刷市場規模（回答 94 社） 13
5-9　データプリント市場規模（回答 94 社） 13
5-10　シール・ラベル市場規模（回答 94 社） 14
5-11　特殊印刷市場規模（回答 94 社） 14
5-12　印刷方式別／品目別売上構成比（1 回答当たりの平均） 15
5-13　デジタル印刷の月間プリント枚数 16
６．デジタル印刷の利用促進 17
6-1　デジタル印刷ビジネスにおける顧客満足向上で重視すること 17
6-2　デジタル印刷の社内の推進役 17
6-3　デジタル印刷機の導入促進のために必要なこと 18
6-4　ランニングコスト低減 18
７．デジタル印刷機と有版印刷の今後（生産機）の導入計画について 19
7-1　デジタル印刷機（生産機）の導入計画について 19
7-2　デジタル印刷が有版印刷の売上を超える時期 19
附属　　アンケート調査票

Ⅰ．国内印刷企業へのアンケート調査の内容

印刷産業において生産機として使用されるけるデジタル印刷機は極小ロット、可変データ出力、また近年は大判印刷、シール・ラベル印刷、極小ロットのフィルムパッケージ印刷などへの利用も始まっている。設備的、技術的には印刷業向けのデジタル印刷機が 10 年以上前に登場して以来、機種の幅や製造できる品目も拡大してきているが印刷物生産における活用は未だ限定的である。今後は印刷業界でもデジタル印刷機をさらに活用して、発注元の要望に応えていくことが求められている。

そこで、国内の印刷産業におけるデジタル印刷の状況を把握し、さらに活用度を高めていくための対応策を調査研究することを目的にして，2010 年に続いて、2011 年 10 月にアンケートを実施した。アンケート票の送付先は、印刷機械を主体的に設備している印刷業界団体である、印刷工業会、全日本印刷工業組合連合会、日本フォーム印刷工業連合会、日本グラフィックサービス工業会、日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会、全日本シール印刷協同組合連合会、全国グラビア協同組合連合会、全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会の各団体から選んだ合計 631 社とし、180 社から回答を得た。

I-1　サマリー／印刷品目により異なるビジネスモデル

今回の調査の大きな特徴は初めて印刷品目ごとの売上金額を調査し、デジタル印刷の市場規模を明らかにしたことである。全回答の 3/4 は売上 30 億円未満の中小印刷企業であったが、アンケートに回答を頂いた半数の 94 件の市場（売上）規模はオフセットなど、有版印刷を含めて 3,350 億円であり、その内デジタル印刷が 281 億円であった。

大量印刷を得意とするオフセット印刷に対して、デジタル印刷は極小ロット対応やバリアブル出力など、オフセットとは異なる機能を持っている。この特徴を生かすためには、商業印刷物であれば印刷前工程の販促提案と後工程のフルフィルメントなど、いわゆる印刷付帯サービスが重視されなければならない。アンケートでは印刷物を 14 品目に分類しているが、売り上げに占める有版印刷・デジタル印刷・印刷付帯サービスの構成比は品目ごとに異なっており、品目が違うとビジネスモデルが異なることが容易に推察できた。

今回の結果から、デジタル印刷の利用を促進するためには品目ごとにに、それぞれマッチしたビジネスモデルの成功事例や関連技術、さらに発注者ニーズを研究する必要があることが分かった。

① 業界ごとの特性

調査した工業会ごとにそれぞれのビジネスを反映したコメントが得られており、デジタル印刷への取り組みやユーザーニーズの特徴がつかめた。以下は要約である。

(1) 印刷工業会

デジタルならではのビジネスモデルが必要であり、前後工程とからめて品質やコストを極めることで、デジタル印刷が市場に、よりマッチするだろう。また、インクや用紙の対応幅を拡大してオフセット印刷に近づくことで活用がさらに広がる。機械的にはオフセット印刷機と同等の耐久性と安定性が欲しい。

(2) 全日本印刷工業組合連合会
デジタル印刷は地方での受注には適している。しかし小規模な印刷会社にとっては前後工程まで内製化しなければならないことがネックになる。カウンター料金システムに対する根強い反発があり、オフセット印刷とデジタル印刷の採算分岐点は 2,000 枚以上になることが望まれている。頻繁なマシンメンテナンスを無くしてほしいなど機械の耐久性の向上やソフトウエアの互換性向上、印刷のプロ向けとしての品質・速度・価格が求められている。開発の方向性も新機能よりもメンテナンスフリー対応に振り向けて欲しい。

(3) 日本フォーム印刷工業連合会
バリアブル出力などの案件は付加価値を創注できる人材が必要であり教育の場が欲しい。また、速度よりも品質を重視したい。装置コストやインクコスト（特に特色）を下げてほしい。

(4) 社団法人　日本グラフィックサービス工業会
コンテンツのハンドリングを含む商品化や付加価値の提案力が必要である。しかし、通常の営業による提案は経費削減のためのデジタル化という範囲に終っている。印刷会社側は IT を高度活用するスキルが不足している。高品質モデルは装置も高額なので受注が見込めなければ導入は不可能である。デジタル印刷機に対しては、自動化、製本加工装置の精度向上やメンテナンスフリー化、メンテナンスの時間短縮、装置の安定化が求めらている。

(5) 日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会
無版の特徴を生かす需要が創注できる企画力があれば成功するが、一方でデジタル成熟化の方向は CRD（企業内の集中印刷室）の進化に向かっている。地方ではデジタル印刷の特徴を生かすことができない。また、見当精度・後加工・用紙対応の範囲が狭いなどの課題が残っている。

(6) 全日本シール印刷協同組合連合会
デジタル印刷機を導入して受注は拡大したが採算性は課題である。小ロットだけでは市場が限定されるが、大ロットの生産はコスト高になることが悩ましい。メンテナンスとインクコストの高さ、機械の堅牢性や安定性が課題である。また、イメージング方式やインク種類に一長一短があり、決め手に欠ける。UV インクの臭気は問題であるが、レーザー加工などの後加工機が充実してくるとメリットが大きくなる。自社では 5 年以内にはオフセットとデジタルが逆転するだろう、さらに 10 年以内には残ったオフセット印刷もデジタル化すると思われる。

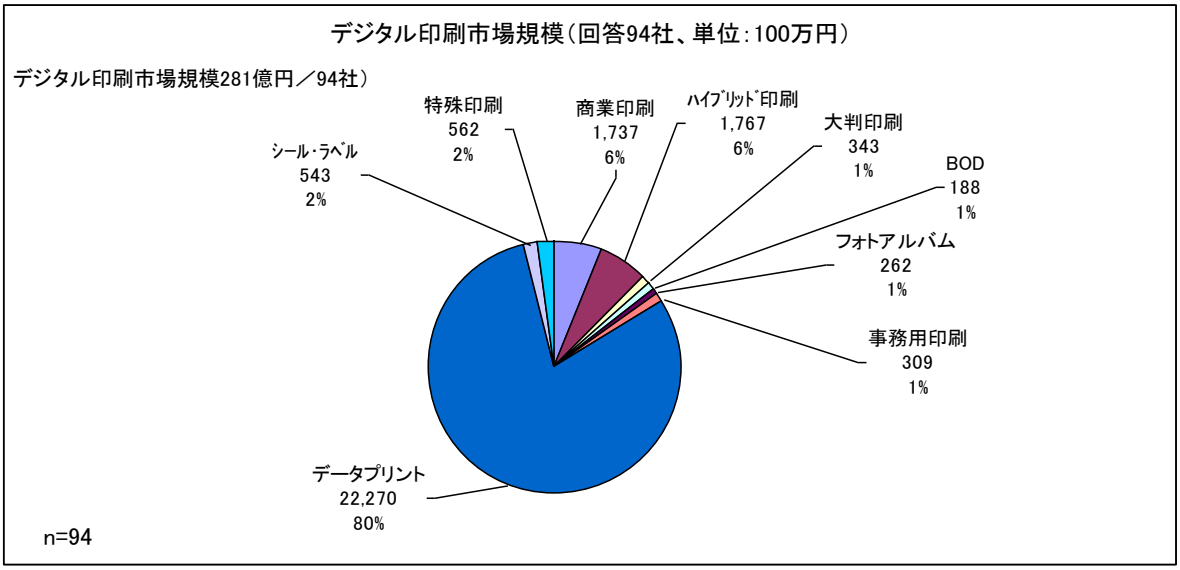
(7) 全国グラビア協同組合連合会
VOC 削減が可能ということで導入を検討中である。

(8) 全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会
デジタル印刷は技術進歩が早いので、5 年もすると価値が下がるかもしれない。

Ⅰ-2　デジタル印刷の市場規模（回答 94 社）

今回はデジタル印刷市場規模を調査するためにアンケートの印刷方式別、印刷品目別の売上金額の記載をお願いした。その結果、94 社からデジタル印刷を含めた売上金額を記入いただけた。回答 94 社の市場規模は約 3,350 億円で、1 社当たり売上げは約 36 億円となる。デジタル印刷は約 281 億円（インクジェットデジタルが 245 億円、トナーデジタルが約 37 億円）、印刷付帯サービスは約 181 億円（前工程側約 78 億円、後工程側約 103 億円）である。構成比はデジタル印刷 8%、印刷付帯サービス 5%、有版印刷は 87%である。

サンプル件数としては十分とは言えないが、市場規模を数字で表すことができたことは今までになかったことであり、回答企業に紙面を借りて謝辞を申し述べる。



Ⅱ．アンケート調査の結果

Ⅱ-1 アンケート回答企業

アンケートの回収率は下表のようにどの団体からも多くの回答が得られた。団体によって関心の大きさが違うが、デジタル印刷への関心は前回調査調査（平成 23 年度）に比較して各団体ともに回収率が上昇し全体では５割ほど上昇した。

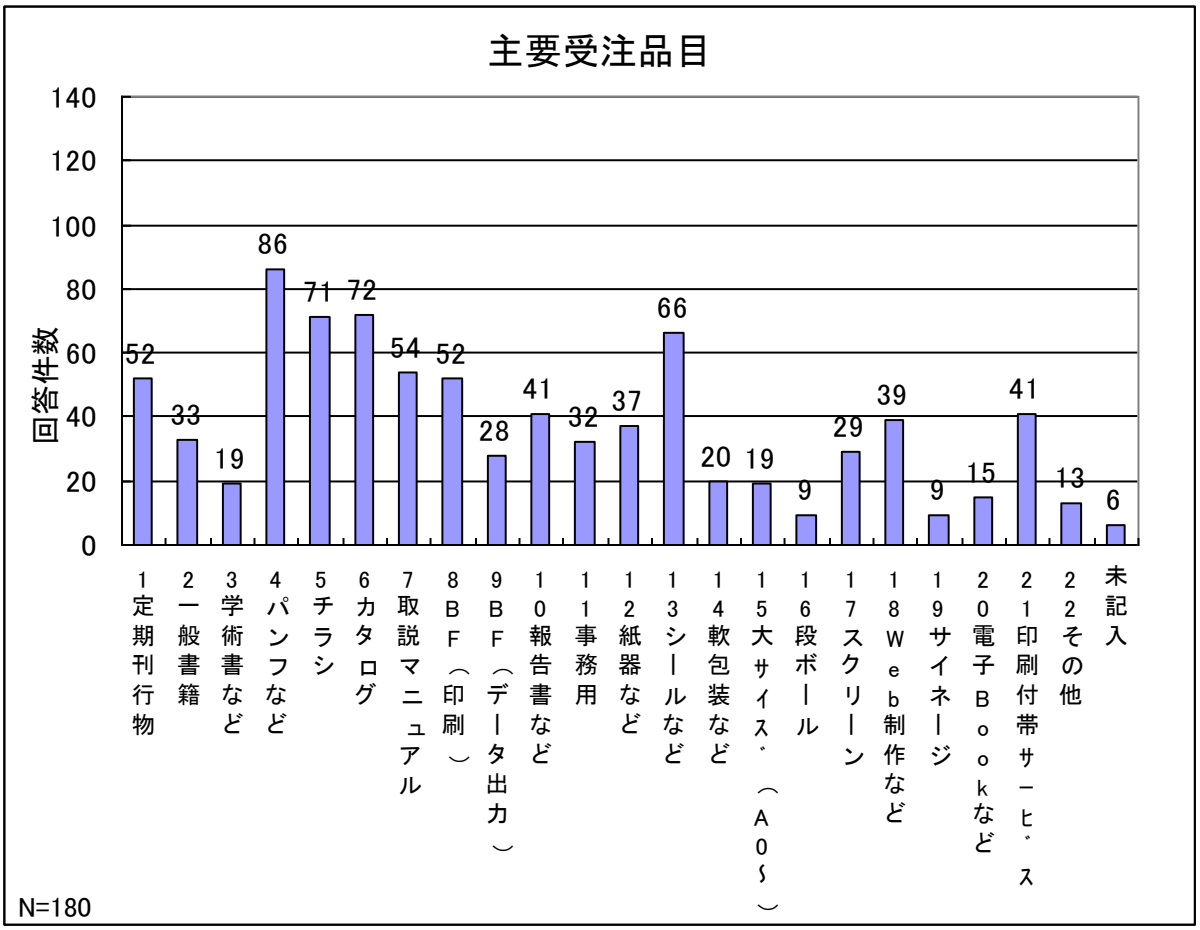
	発送数	回収件数	回収率
印刷工業会	90	32	36%
全日本印刷工業組合連合会	84	31	37%
日本フォーム印刷工業連合会	138	36	26%
(社)日本グラフィックサービス工業会	104	18	17%
日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会	45	15	33%
全日本シール印刷協同組合連合会	104	28	27%
全国グラビア協同組合連合会	15	5	33%
全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会	51	15	29%
計	631	180	29%

Ⅱ-2　アンケートの結果

１．主要な受注品目

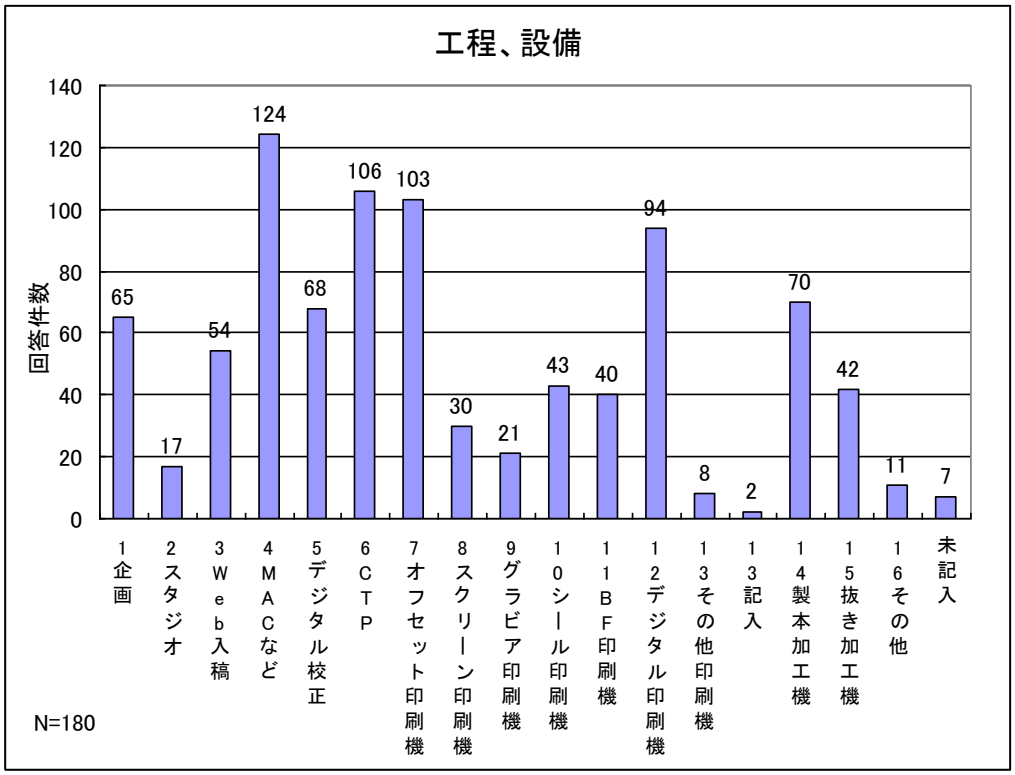
上位は４品目のうち商業印刷物のパンフレット・チラシ、カタログが上位３位までを占め、４位はシール印刷である。５位は取扱説明書・マニュアル、６位は定期刊行物とビジネスフォームが並び、その他の品目が続いている。

一方で、デジタル関連である大サイズ出力は学術書と並んで最下位から３～４番目、また関連するデジタルサイネージは段ボールと並んで最下位である（その他、未記入を除く）。



２．社内の工程・製造設備

DTP 用 PC、CTP、オフセット印刷機、デジタル印刷機、そして製本加工機が上位 5 位を占める。これにデジタル校正、企画部門、Web 入稿システムが続く。



３．2010 年度の売上高

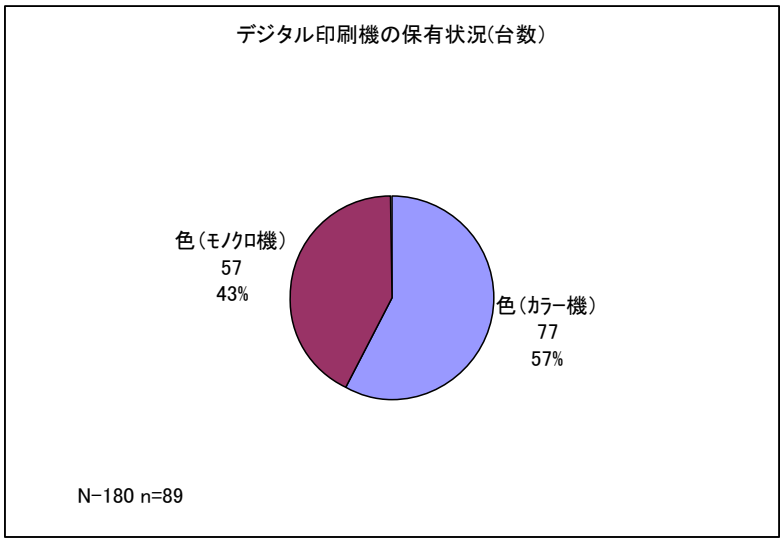
回答企業の売上高について、構成比率が最も多いのは 1 億円以上 30 億円未満の印刷会社で 59%を締めているが、1 億円以下の小規模印刷会社の 7%を加えると 3/4 は比較的小規模な印刷会社からの回答であった。デジタル印刷を小ロット印刷に活用している姿がうかがえる。一方で 150 億円以上の大手印刷会社は 8%であるが、大量のデータプリントなどを高速デジタル印刷機で処理していると推察される。

売上高(2010 年度)	回答社数	比率
150 億円以上	15	8%
80 億円以上 150 億円未満	11	6%
30 億円以上 80 億円未満	30	17%
1億円以上 30 億円未満	106	59%
1億円未満	13	7%
未記入	5	3%
合計	180	100%

４．デジタル印刷機（生産機）の保有状況など

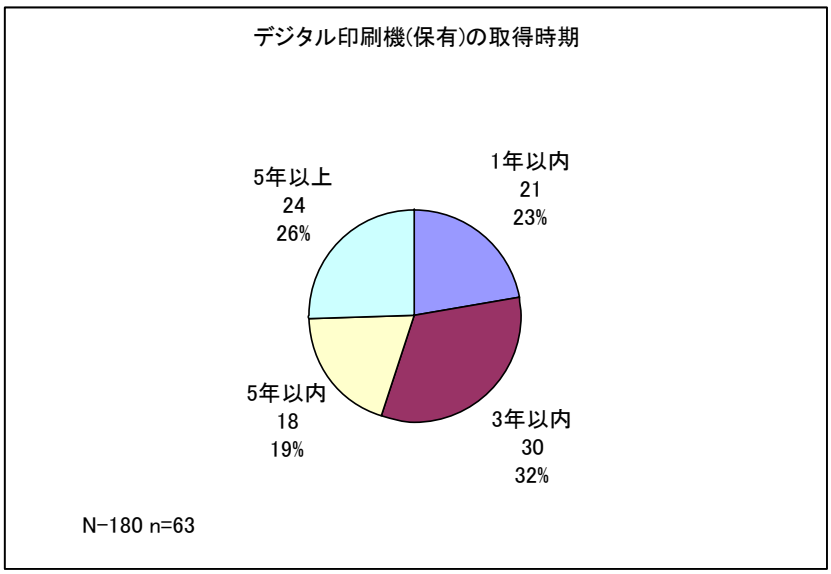
4-1 色数

アンケートの回答総数は 180 社であるが、デジタル印刷機を設備しているところは 89 社である。従って､デジタル印刷設備企業だけで見ると 1 社平均 1.84 台のデジタル印刷機を所有していることになる。カラー機 57%、モノクロ機が 43%となる。



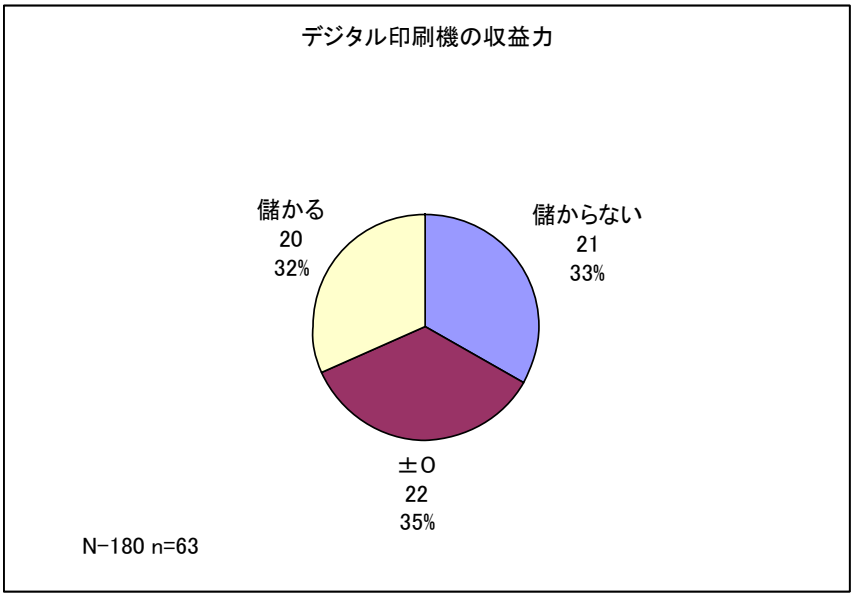
4-2 取得時期

取得時期は、3 年以内の 32%が最も多いが、次に多いのが 5 年以上前の 26%、1 年以内の 23%、5 年以内の 19%である。電子写真・トナー方式のデジタル印刷機は富士ゼロックス製品がほぼ独占していた時期があるが、5 年ほど前から、キヤノン、コニカミノルタ、リコーなど複写機をベースとしたモデルが印刷市場向けに発表され、順次市場に投入されてきた。2008 年に開催された drupa2008 印刷機材展は「インクジェット・ドルッパ」とも称されたが、この時期から世界的にはデジタル印刷市場が活性化してきた。



4-3 デジタル印刷機の収益性

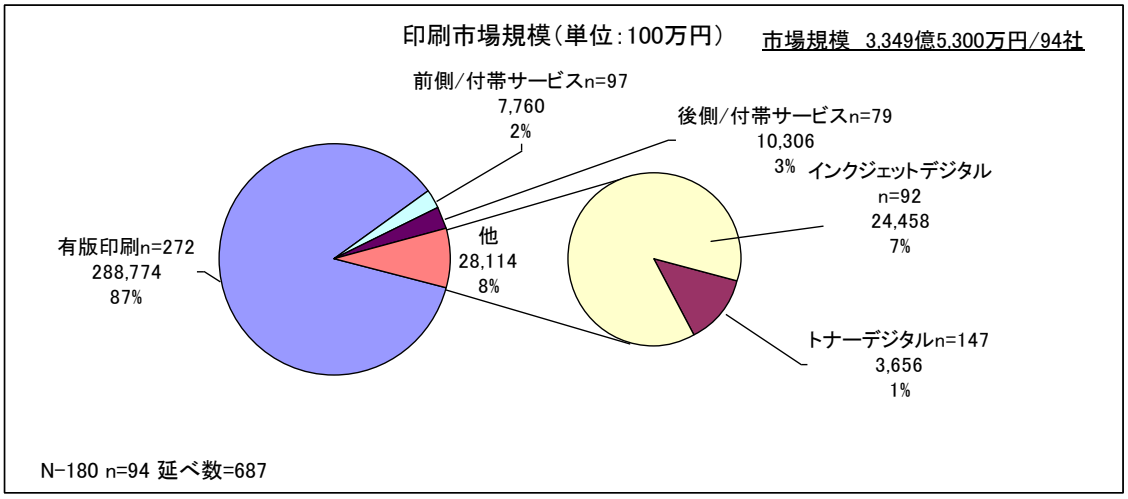
印刷向けのデジタル印刷機の収益性については、儲かる／±０／儲からないがほぼ同率である。収益を得られるかどうかは、実際にはデジタル印刷機のタイプ、アプリケーション、ワークフローによって大きく異なっている。



5. デジタル印刷ビジネスの市場規模

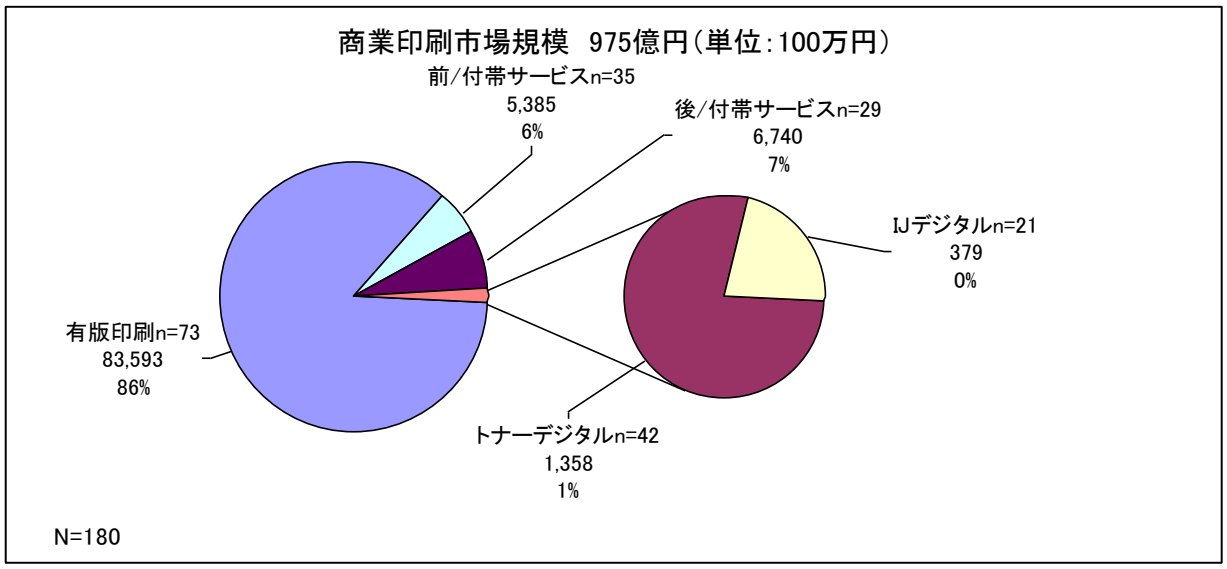
5-1 回答 94 社における市場規模

オフセット印刷機などの有版印刷機とデジタル印刷機で製作されている印刷物の品目別の売上高（有版印刷、デジタル印刷、印刷付帯サービスの３要素）の回答が、94 社から得られた。回答社の市場規模は約 3,350 億円で、1 社当たり売上げは約 36 億円となる。デジタル印刷は約 281 億円（インクジェットデジタルが 245 億円、トナーデジタルが約 37 億円）、印刷付帯サービスは約 181 億円（前工程側約 78 億円、後工程側約 103 億円）である。構成比はデジタル印刷 8%、印刷付帯サービス 5%、有版印刷は 87%となる。



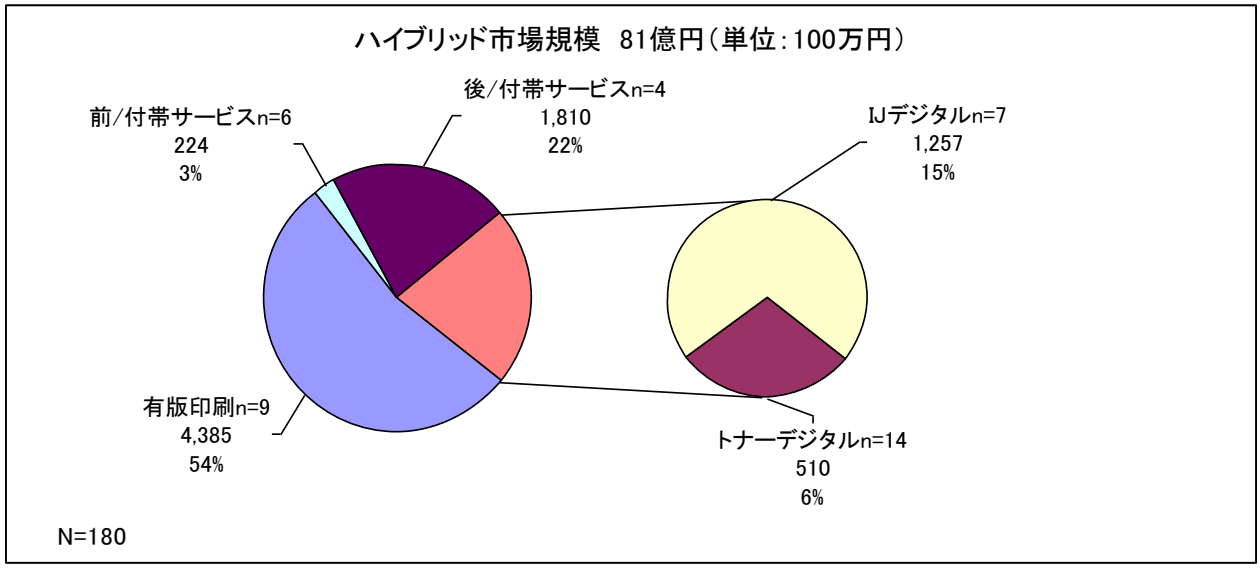
5-2　商業印刷市場規模（回答 94 社）

94 社における商業印刷の市場規模は約 975 億円である。デジタル印刷は約 17 億円（インクジェットデジタルが約 3.8 億円、トナーデジタルが約 13.6 億円である。印刷付帯サービスは約 121 億円（前工程側約 54 億円、後工程側約 67 億円）である。構成比はデジタル印刷 1%、印刷付帯サービス 13%、有版印刷は 86%となる。



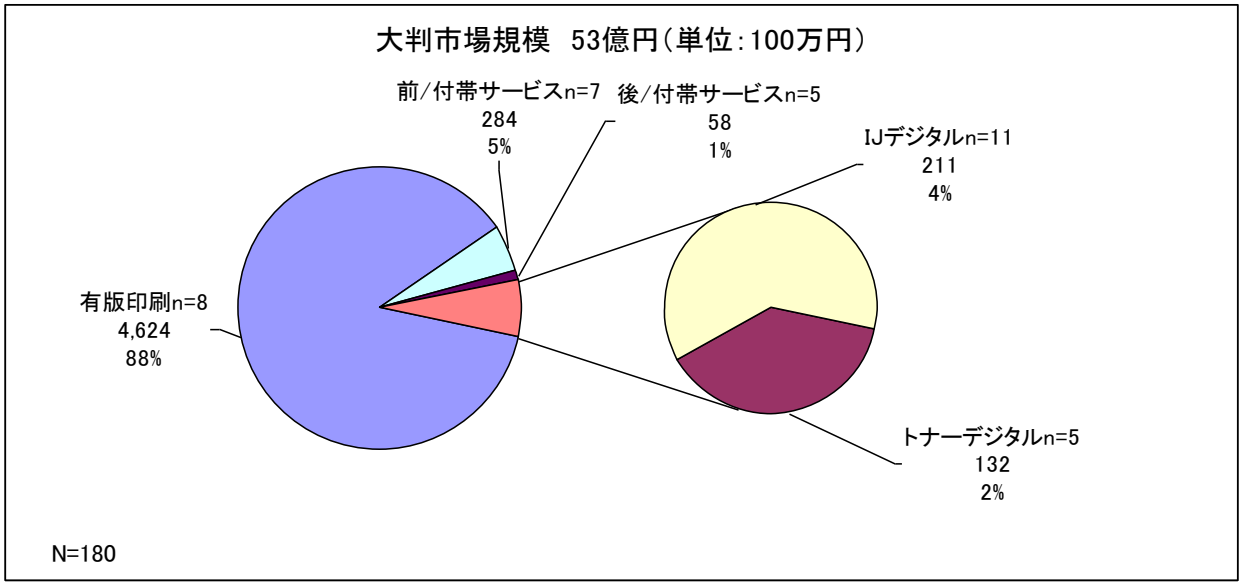
5-3　ハイブリッド印刷市場規模（回答 94 社）

94 社におけるハイブリッド印刷の市場規模は約 81 億円である。デジタル印刷は約 18 億円（インクジェットデジタルが約 13 億円、トナーデジタルが約 5 億円）、印刷付帯サービスは約 20 億円（前工程側約 2 億円、後工程側約 18 億円）である。構成比はデジタル印刷 21%、印刷付帯サービス 25%、有版印刷は 54%となる。



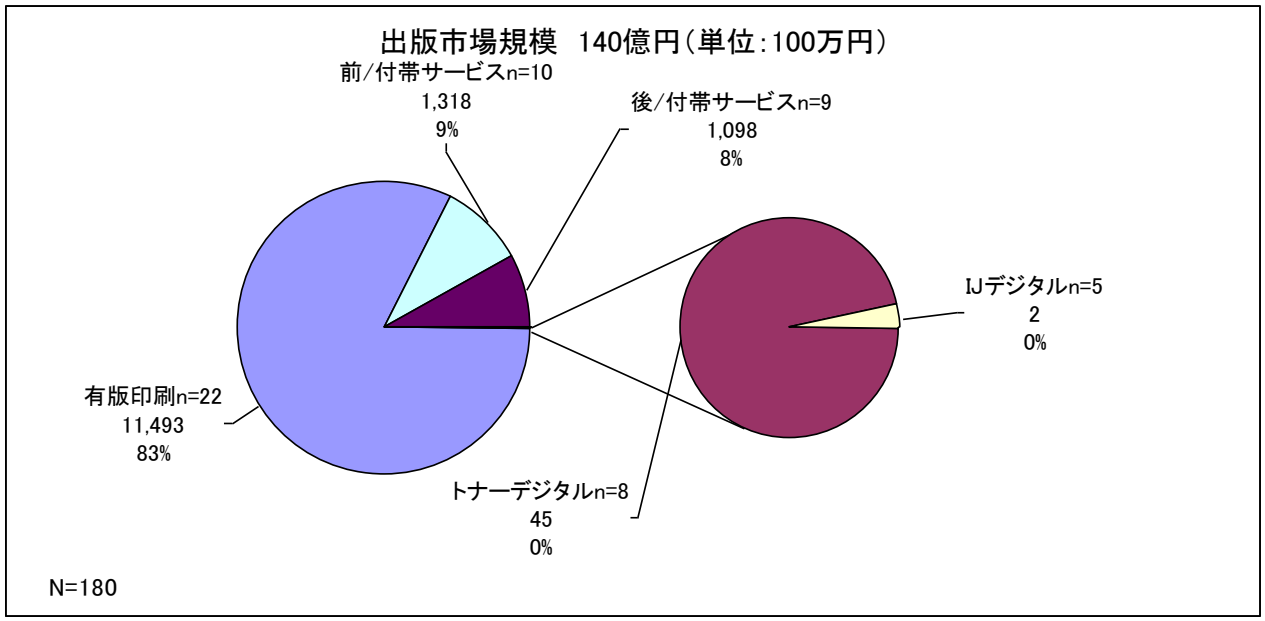
5-4　大判印刷市場規模（回答 94 社）

94 社における大判印刷の市場規模は約 53 億円である。デジタル印刷は約 3.4 億円（インクジェットデジタルが約 2.1 億円、トナーデジタルが約 1.3 億円）、印刷付帯サービスは約 3.4 億円（前工程側約 2.8 億円、後工程側約 0.6 億円）である。構成比はデジタル印刷 6%、印刷付帯サービス 6%、有版印刷は 88%となる。



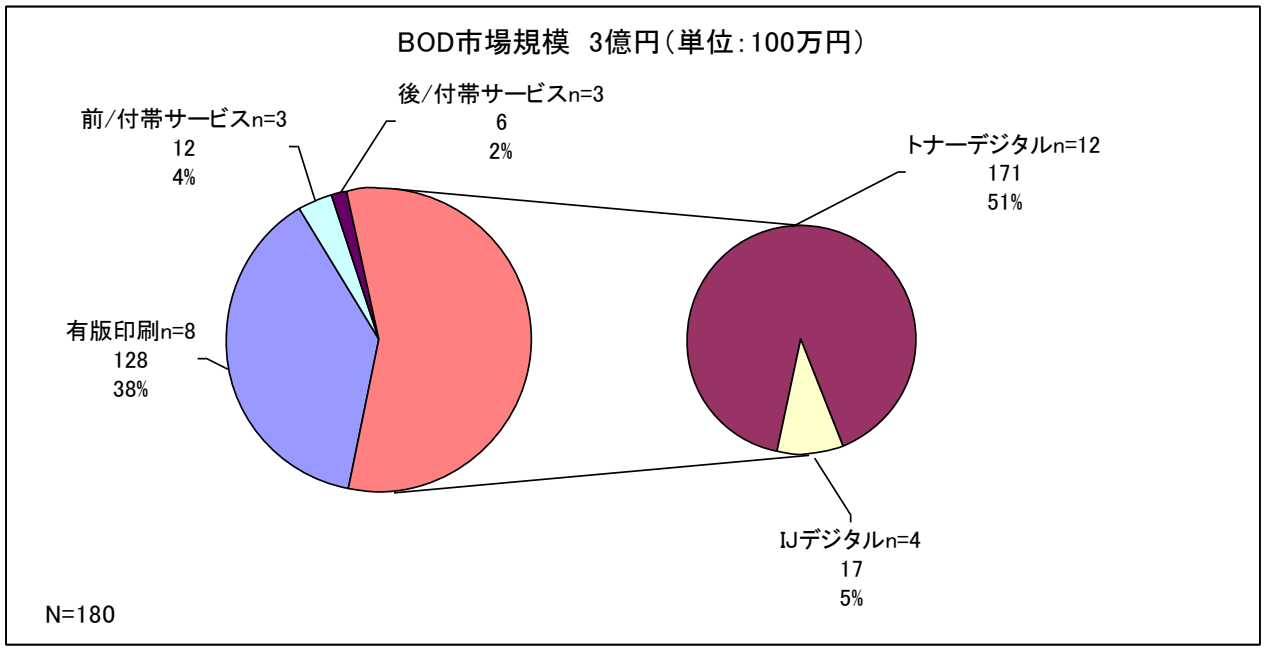
5-5　出版印刷市場規模（回答 94 社）

94 社における出版印刷の市場規模は約 140 億円である。デジタル印刷は約 0.5 億円（インクジェットデジタルが 200 万円、トナーデジタルが 4,500 万円）、印刷付帯サービスは約 24 億円（前工程側約 13 億円、後工程側約 11 億円）である。構成比はデジタル印刷 0.3%、印刷付帯サービス 17%、有版印刷は 83%となる。



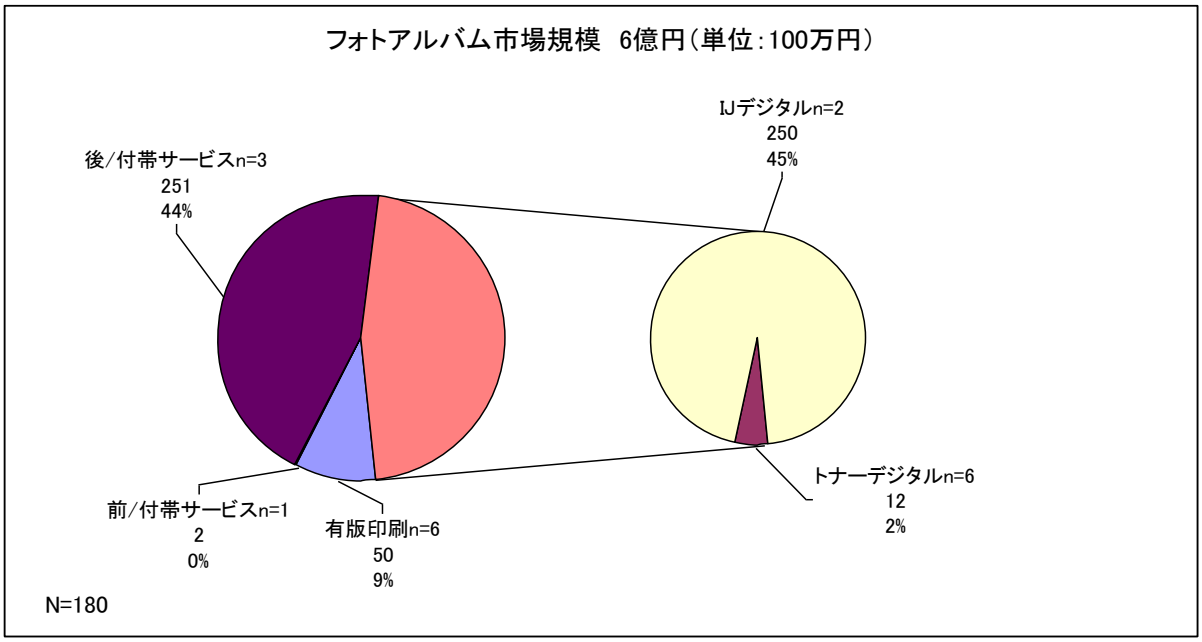
5-6　ブックオンデマンド印刷市場規模（回答 94 社）

94 社における商業ブックオンデマンド（BOD：一部～数百部の出版印刷物）市場規模は約 3 億円である。デジタル印刷は約 1.9 億円（インクジェットデジタルが 0.2 億円、トナーデジタルが約 1.7 億円）、印刷付帯サービスは約 0.2 億円である。構成比はデジタル印刷 56%、印刷付帯サービス 6%、有版印刷は 38%となる。



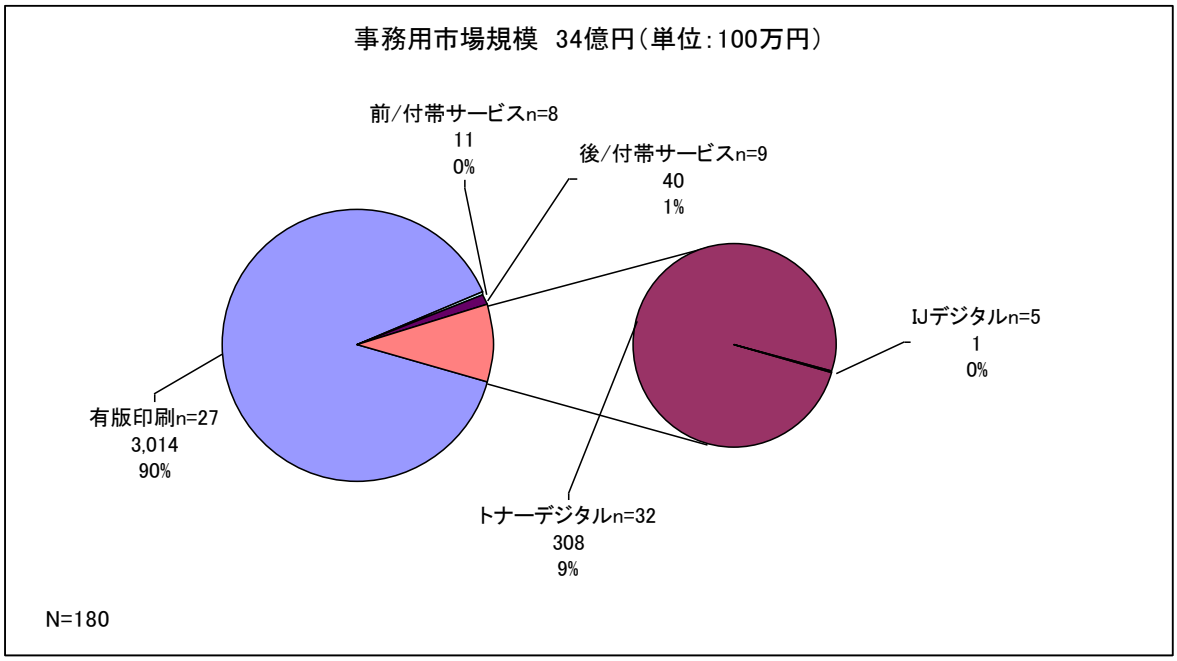
5-7　フォトアルバム印刷市場規模（回答 94 社）

94 社におけるフォトアルバム印刷の市場規模は約 6 億円である。デジタル印刷は約 2.6 億円（インクジェットデジタルが約 2.5 億円、トナーデジタルが約 0.1 億円）、印刷付帯サービスは約 2.5 億円（前工程側約 200 万円、後工程側約 2.5 億円）である。構成比はデジタル印刷 47%、印刷付帯サービス 46%、有版印刷は 9%となる。



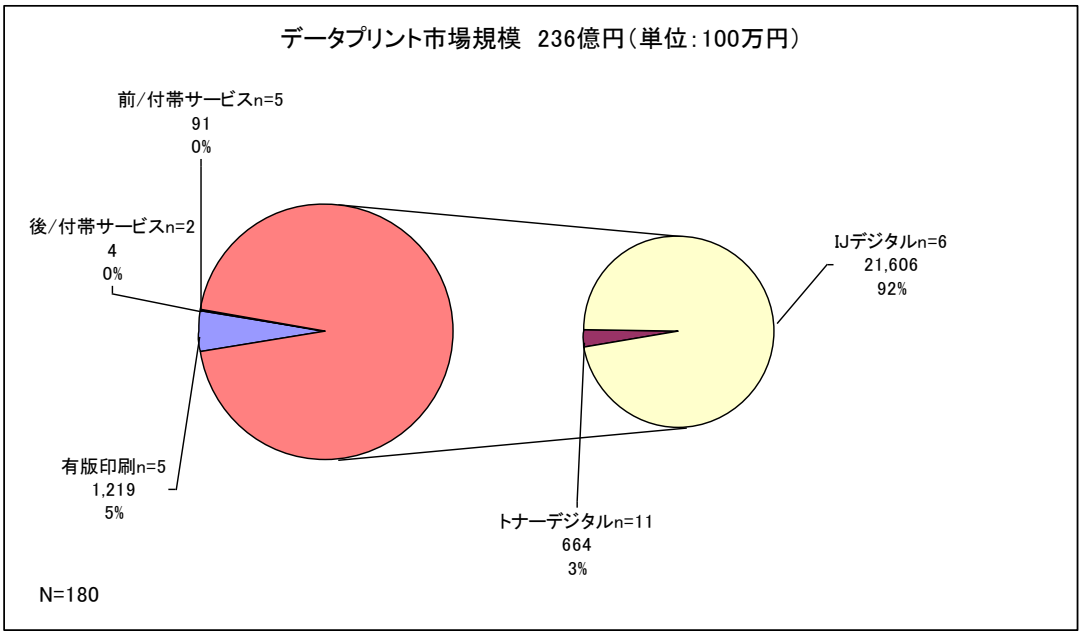
5-8　事務用印刷市場規模（回答 94 社）

94 社における事務用印刷の市場規模は約 34 億円である。デジタル印刷は約 3 億円（インクジェットデジタルが約 100 万円、トナーデジタルが約 3 億円）、印刷付帯サービスは約 0.5 億円（前工程側約 0.1 億円、後工程側約 0.4 億円）である。構成比はデジタル印刷 9%、印刷付帯サービス 1%、有版印刷は 90%となる。



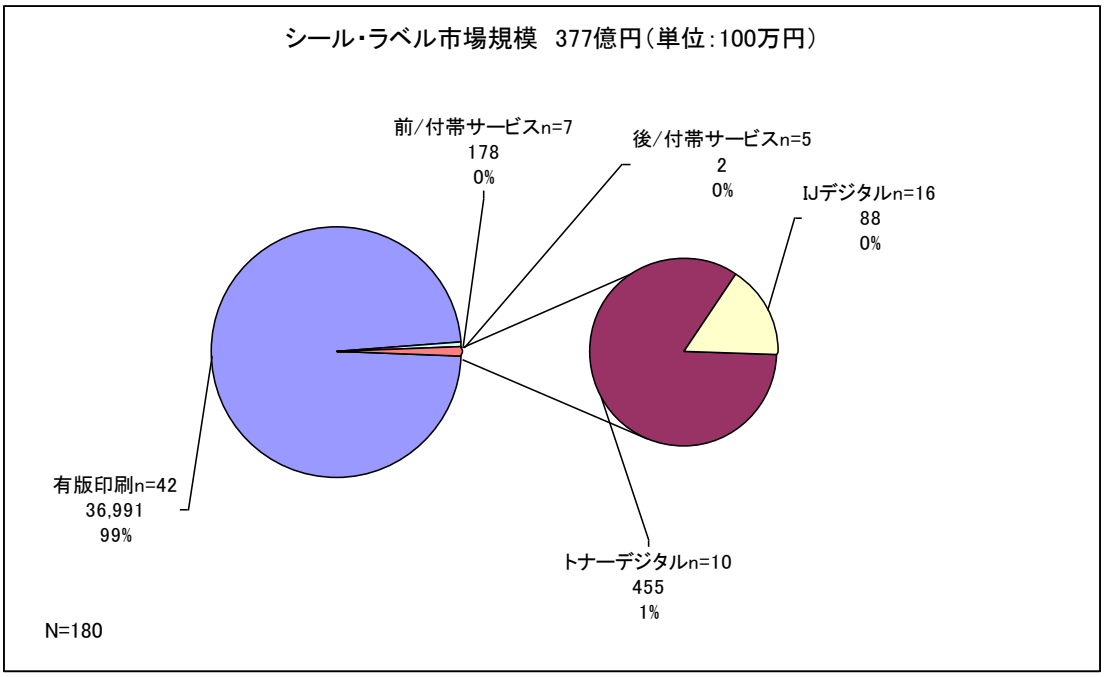
5-9　データプリント市場規模（回答 94 社）

印刷品目別の売上高の回答が 94 件得られた。回答者の市場規模は約 236 億円である。デジタル印刷は約 223 億円（インクジェットデジタルが 216 億円、トナーデジタルが約 0.7 億円）、印刷付帯サービスは約 1 億円である。構成比はデジタル印刷 95%、印刷付帯サービスはほとんど無く、有版印刷は 5%となる。



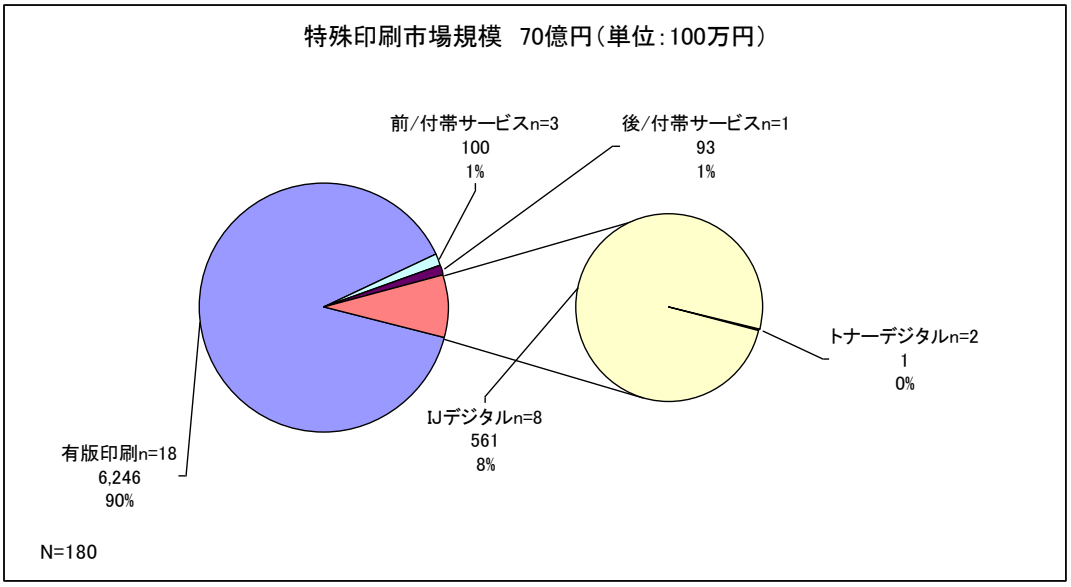
5-10　シール・ラベル市場規模（回答 94 社）

94 社におけるシール・ラベル印刷の市場規模は約 377 億円である。デジタル印刷は約 5.4 億円（インクジェットデジタルが約 0.9 億円、トナーデジタルが約 4.6 億円）、印刷付帯サービスは約 1.8 億円（前工程側約 1.8 億円、後工程側約 200 万円）である。構成比はデジタル印刷 1%、印刷付帯サービスはほとんど無く、有版印刷は 99%となる。



5-11　特殊印刷市場規模（回答 94 社）

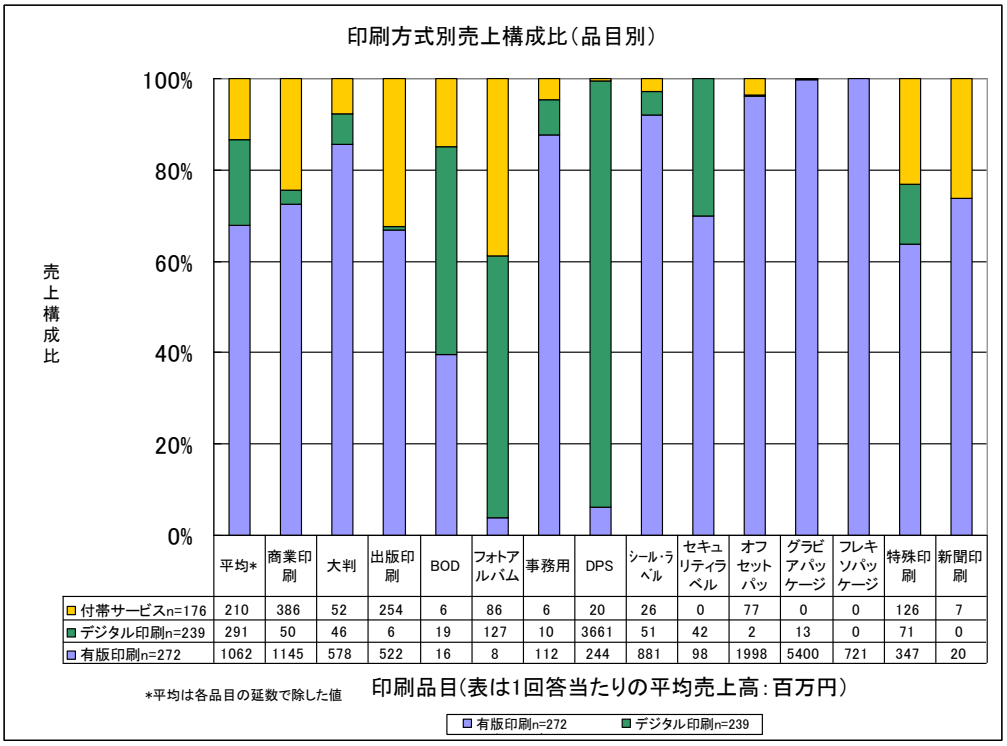
94 社における特殊印刷の市場規模は約 70 億円である。デジタル印刷は約 5.6 億円（インクジェットデジタルが 5.6 億円、トナーデジタルが約 100 万円）、印刷付帯サービスは約 2 億円（前工程側約 1 億円、後工程側約 1 億円）である。構成比はデジタル印刷 8%、印刷付帯サービス 2%、有版印刷は 90%となる。

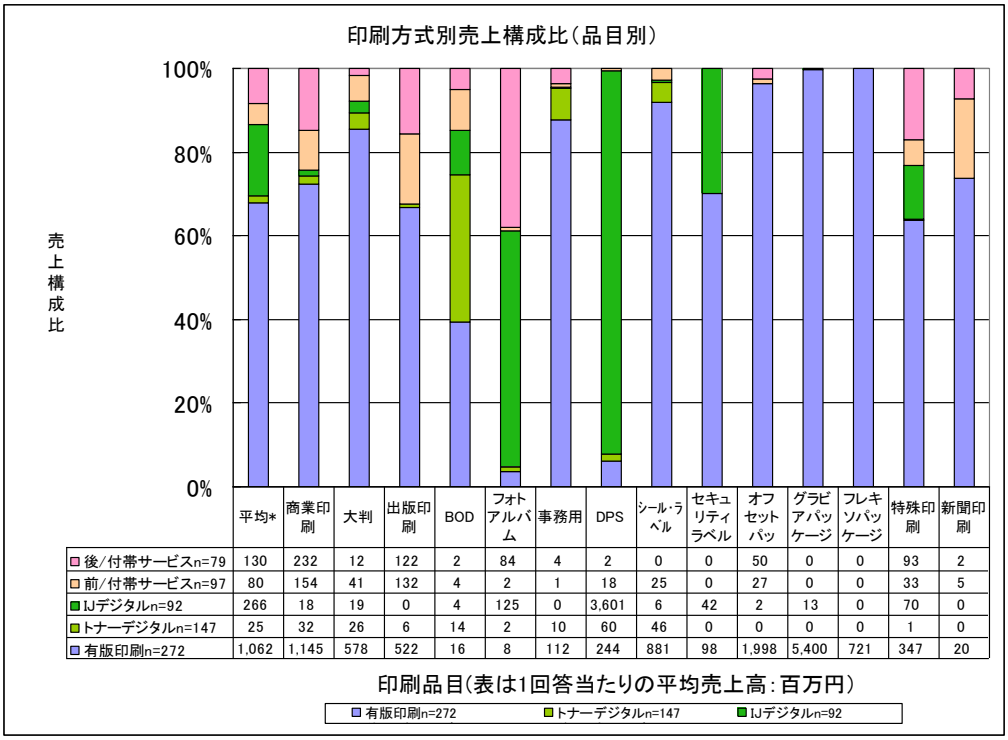


5-12　印刷方式別／品目別売上構成比（1 回答当たりの平均）

印刷企業における、印刷品目ごとの「１回答当たりの売上構成比」を、有版印刷・デジタル印刷・印刷付帯サービスという三大売上項目で求めたのが次のグラフである。

平均は品目ごとに印刷方式や印刷付帯サービスの割合が大きく異なっていることが良く分かる（上図は有版印刷・デジタル印刷・印刷付帯サービスの三要素、下図はデジタル印刷をトナー機とインクジェットに分け、印刷付帯サービスも前工程側と後工程側に細分化している）。

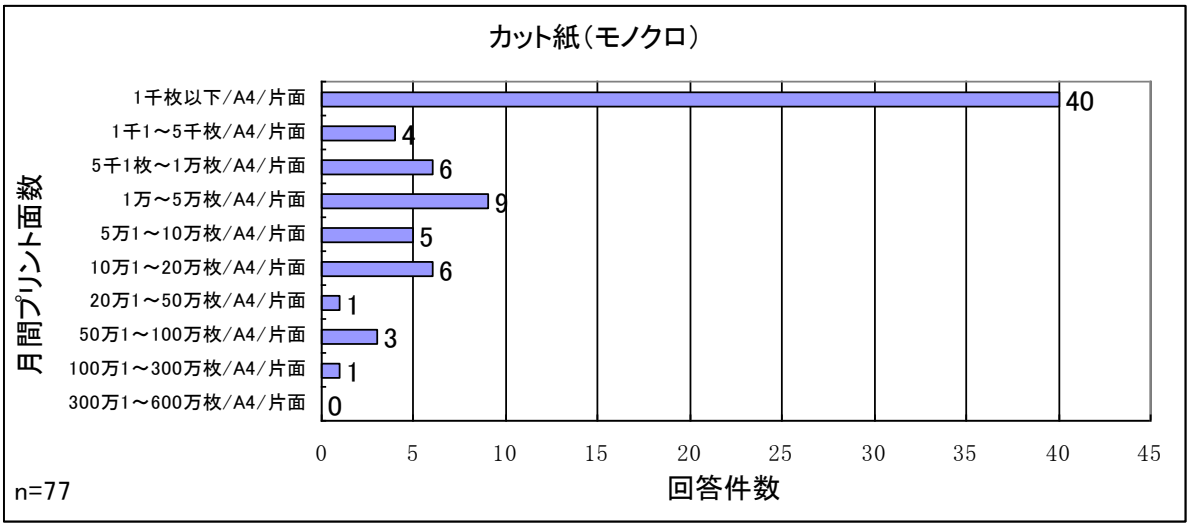


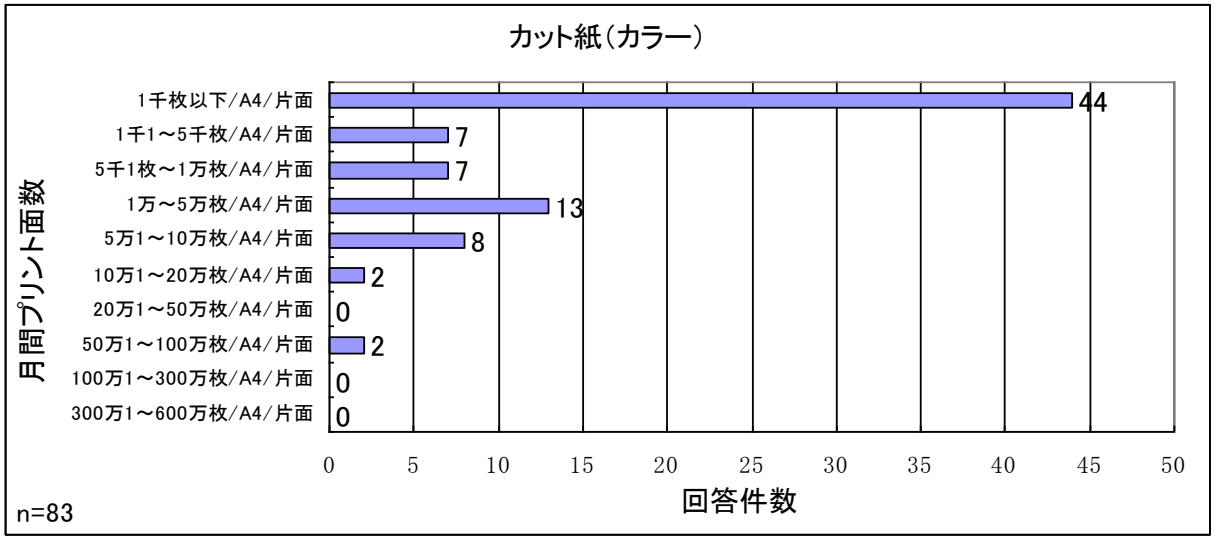


*上図、下図ともに平均は各品目の延数で除した値

5-13　デジタル印刷の月間プリント枚数

デジタル印刷の月刊プリプレスと面数（A4 判、片面換算）については、回答件数の多かったカット紙デジタル機のモノクロとカラーについてのみグラフを示す。

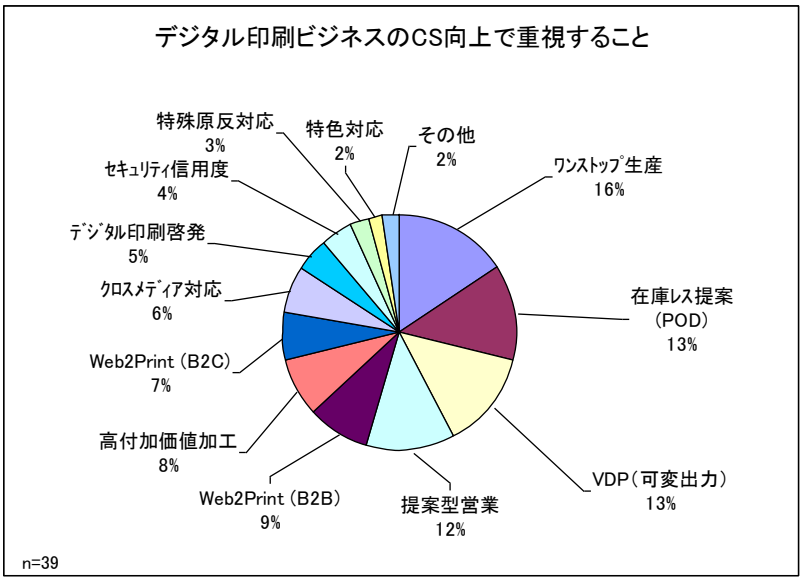




６．デジタル印刷の利用促進

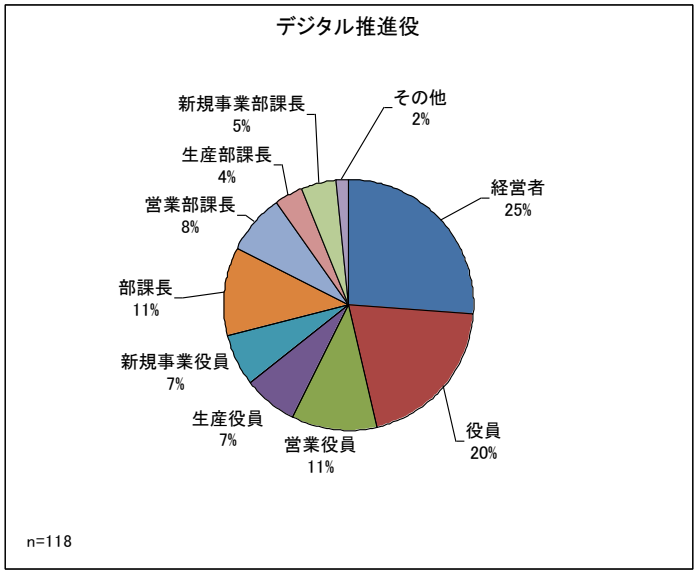
6-1　デジタル印刷ビジネスにおける顧客満足向上で重視すること

デジタル印刷で最も重視されているのは昨年調査ではバリアブル印刷・後加工が 1/3 を占めたが、今回はワンストップサービス（16%）と Web to print（B to B:9%、B to C:7%）の合計が最上位であり、在庫レス（13%）、VDP（可変出力　13%）、提案型営業（12%）と続く。いずれも発注者への提案を伴う分野、または新しいビジネスであり、ソフト分野での顧客満足度がデジタル印刷ビジネスでは重要であるという認識がされてきたと言えよう。



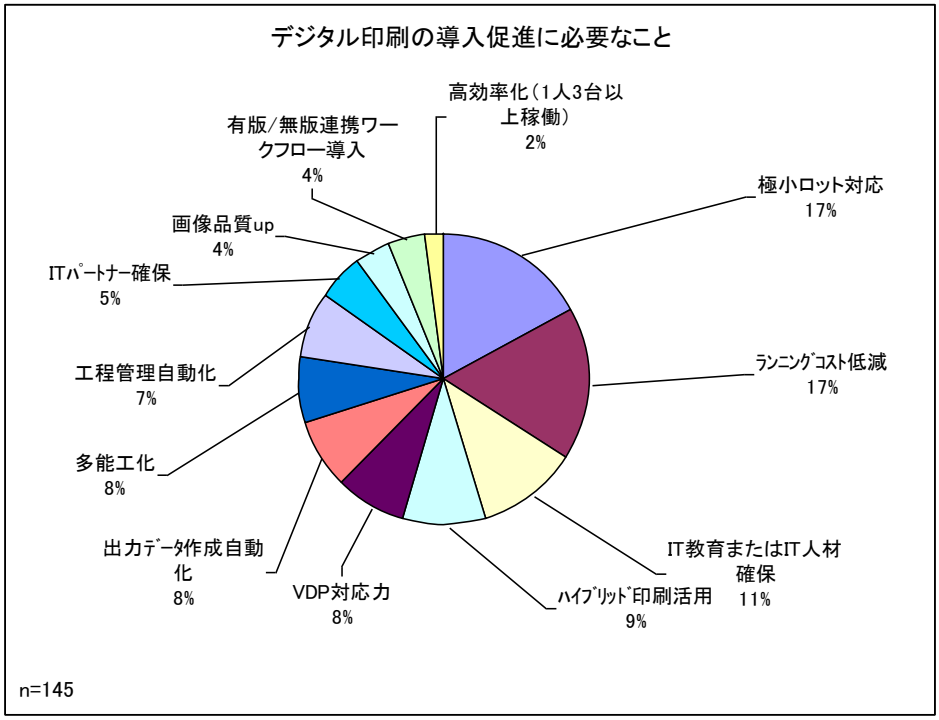
6-2　デジタル印刷の社内の推進役

デジタル印刷の利用度を増すための社内の推進役のついては、経営層（経営者、役員）を合わせると 70%の回答になった。導入しっぱなしで活用されていない事例を目にすることがあるが、当然ではあるが改めてデジタル印刷は新しいスタイルのビジネスツールであることの認識が必要である。その上で、経営層が戦略的の活用を推進することが望まれる。



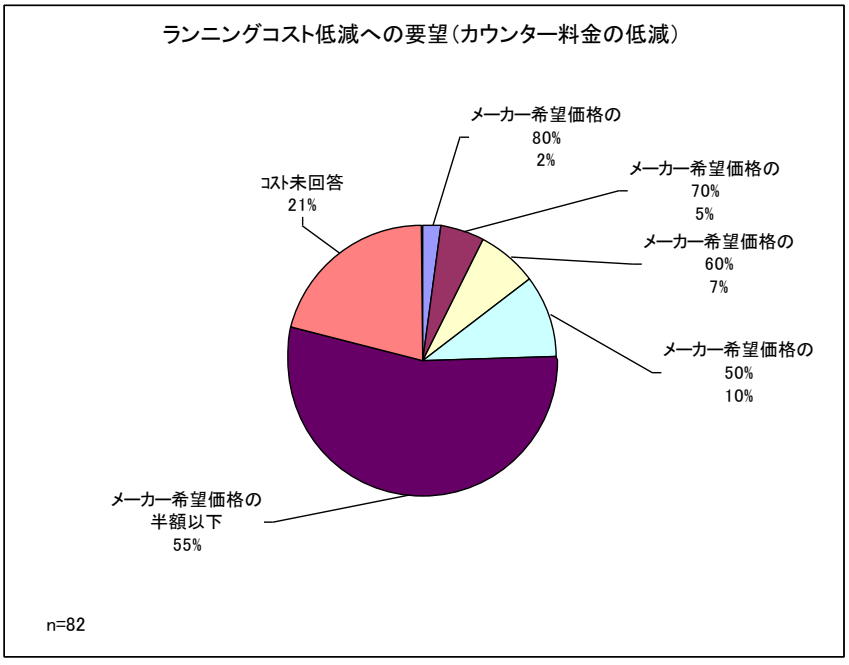
6-3　デジタル印刷機の導入促進のために必要なこと

デジタル印刷の導入を促進するために必要なことで最も回答が多いのが、極小ロット対応とランニングコスト低減でそれぞれ 17%である。また、極小ロットに対応するために必要な生産側の取り組み（出力データ作成自動化 8%、多能工化 8%、高効率化 2%）も、意識されている。



6-4　ランニングコスト低減

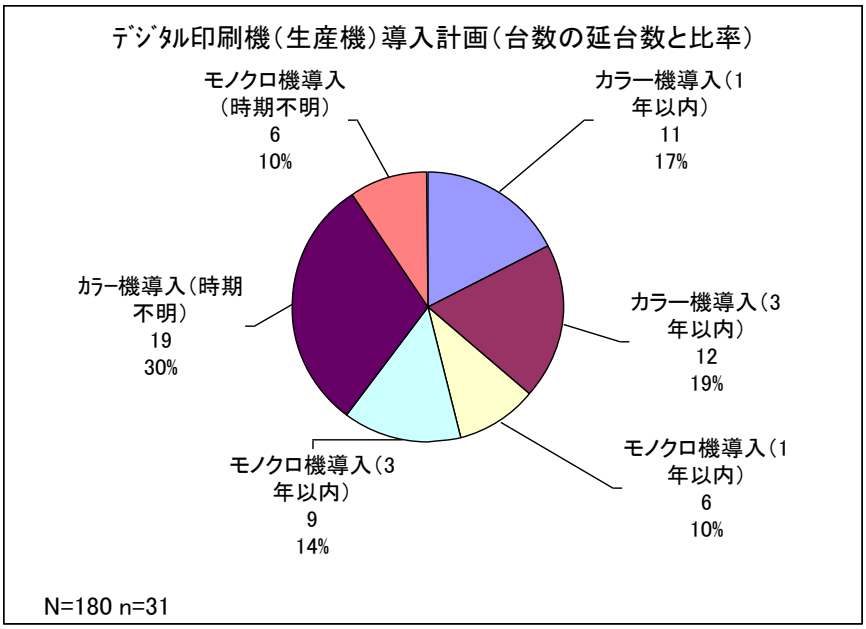
ランニングコストの低減への要望についてはさらにカウンター料金の低額化については、最も多いのが半額以下への要望が 55%ある。



７．デジタル印刷機と有版印刷の今後（生産機）の導入計画について

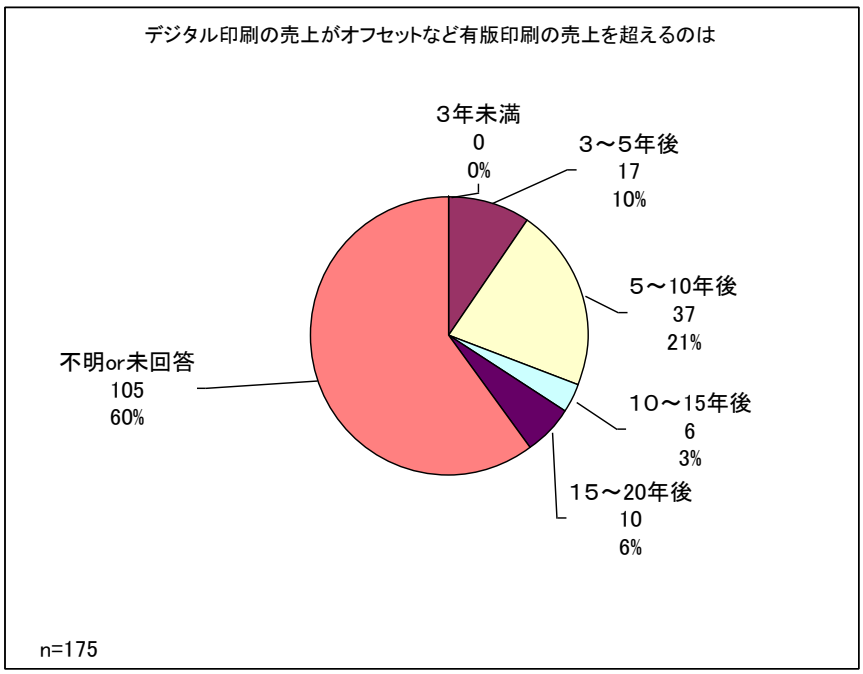
7-1　デジタル印刷機（生産機）の導入計画について

今後のデジタル印刷機の導入予定については 66%がカラー機を導入予定であり、モノクロ機の導入はカラー機の半分の 34%である、昨年の前回調査とほとんど同じである。モノクロ機の導入計画もあり、堅調なモノクロ需要があると推察される。



7-2　デジタル印刷が有版印刷の売上を超える時期

既にデジタル印刷がオフセットなどの有版印刷の売上を超えているという回答が少数あったが、6 割は不明、未回答であった。3 年以内に超えるとの回答はゼロであるが、３～５年後に超える予測が 10%あった。



以上

印刷業界におけるデジタル印刷に関するアンケート調査

平成 23 年 10 月
社団法人 日本印刷産業連合会

１．アンケートの目的

印刷産業における**デジタル印刷**（**生産機として小ロットや可変データ出力ができる無版方式のデジタル出力機**）による印刷物生産の技術的な進展はめざましいものがあります。

印刷業向けのデジタル印刷機も 10 年以上前に登場して以来、機種の幅や製造できる品目も拡大してきていますが、印刷物生産における活用は未だ限定的です。今後は印刷業界でもデジタル印刷機をさらに活用して、発注元の要望に応えていくことが求められています。

国内の印刷産業におけるデジタル印刷活用の状況を把握し、さらに活用度を高めていくための対応策を調査研究することを目的にして，昨年に続いて本アンケートを実施いたします。

ご回答いただける範囲でご記入ください。

また、アンケート情報の精度を上げるため、デジタル印刷機**未保有企業**もご回答下さるようにお願いします。（共通項目にお答えください）

２．調査結果

調査結果の概要版を当連合会ホームページに公開致します。

なお、本アンケートにご回答頂いた企業には、詳細版をお送り致します。

３．アンケート結果の利用

本アンケートは業界の実態を調査するもので、個別回答結果を公表することはありません。

４．アンケートのご返送

アンケート調査票は**平成 23 年 10 月 14 日（金）まで**に下記 FAX 又は E-Mail にてご返送下さい。

なお、本アンケート調査票は、当連合会ホームページに電子版を掲載しておりますので、E-Mail にてご返送下さる場合はご活用下さい。

〒104-0041 東京都中央区新富 1-16-8 日本印刷会館 8 階
（社）日本印刷産業連合会 TEL 03-3553-6051 **FAX 03-3553-6079** 担当：牧野
ホームページ http://www.jfpi.or.jp **E-Mail tsakamoto@jfpi.or.jp**

団体名			
会社名		代表者名	
会社所在地（本社）	〒		
ご記入者	所属	役職	氏名
	TEL FAX E-Mail @		
従業員数	①1～19 人，②20～49 人，③50～99 人，④100～299 人，⑤300 人以上（いずれかに○）		

上記をご記入の上，以下のアンケートにお答えください。

以下の設問に対し、該当する□にレを記入、記述欄には数字やコメントをお書きください。

Ⅰ．問１～８ の設問は、共通の質問です。
デジタル印刷機保有の有・無にかかわらずお答えください。

問１．貴社の主要な受注品目を次からお選びください。（複数回答可）

1□定期刊行物 2□一般書籍 3□学術書・専門書、辞書・百科事典 4□パンフレット、ポスター 5□チラシ 6□カタログ 7□取扱説明書・マニュアル 8□ビジネスフォーム（印刷） 9□ビジネスフォーム（データ出力） 10□報告書・論文 11□事務用文書 12□紙器・パッケージ 13□シール・ラベル印刷 14□軟包装、シュリンクフィルム、ビニール 15□大サイズ出力（A0 判以上） 16□段ボール 17□スクリーン印刷物 18□ホームページなどマルチメディア制作 19□デジタルサイネージ 20□電子書籍や電子カタログ 21□印刷後工程としての付帯サービス（フルフィルメント:キッティング、パッキング、発送代行、倉庫業務など） 22□その他（ ）

問２．貴社の工程・製造設備を次からお選びください。（複数回答可）

1□企画部門 2□写真スタジオ 3□Web 入稿システム 4□DTP 用 PC（MAC など） 5□デジタル校正
6□CTP 7□オフセット印刷機 8□スクリーン印刷機 9□グラビア印刷機 10□シール・ラベル印刷機
11□ビジネスフォーム印刷機 12□デジタル印刷機 13□その他印刷機（ ）
14□製本加工機 15□抜き加工機 16□その他（ ）

問３．貴社の 2010 年度の売上高（年間）を①記載するか、②該当する範囲に〇をつけてください。

① 2010 年度の売上高（年間）を記載してください（株式を公開している企業）。

億円

② 2010 年度の売上高（年間）の該当する範囲に〇をつけてください。

売上	2011 年
1 億円未満	
1 億円以上 30 億円未満	
30 億円以上 80 億円未満	
80 億円以上 150 億円未満	
150 億円以上	

問４．デジタル印刷機（生産機）の導入計画についてご記入ください。

				導入予定台数			
	メーカー名	機種名	色数	台数（計）	1年以内	3年以内	、機種選定理由など
1			カラー／白黒				
2			カラー／白黒				
3			カラー／白黒				
4			カラー／白黒				
5			カラー／白黒				

問５．貴社で所有している印刷機の売上高の割合を種類別パーセントでご記入ください。

		印刷機・加工機の種類			売上構成比
1	有版印刷と加工	オフセット枚葉印刷機			%
2		オフセット輪転印刷機			%
3		ビジネスフォーム印刷機			%
4		グラビア印刷機			%
5		フレキソ印刷機			%
6		シール・ラベル印刷機			%
7		スクリーン印刷機			%
8		新聞輪転印刷機			%
9		その他の有版印刷機（　　）			%
10		有版印刷の後加工（断裁、折り、製本、ダイカット、製函等のオフライン加工）			%
11	無版印刷と加工	トナー方式デジタル印刷機	カット紙（モノクロ）	枚葉オフからの置換え	%
12			カット紙（カラー）		%
13			ロール紙（モノクロ）	オフ輪・BF・新聞輪転からの置換え	%
14			ロール紙（カラー）		%
15			カット　フィルムなどの原反（モノクロ）	スクリーン印刷からの置換え	%
16			カット　フィルムなどの原反（カラー）		%
17			ロール　フィルムなどの原反（モノクロ）	特殊グラビア、フレキソ印刷、スクリーン印刷からの置換え	%
18			ロール　フィルムなどの原反（カラー）		%
19			シール・ラベル		%
20			ハイブリッド印刷 （オフセット、BF 等で固定情報印刷＋トナー機で可変情報追刷り）		%
21		インクジェット方式デジタル印刷機	ロール紙（モノクロ）	オフ輪・BF・新聞輪転からの置換え	%
22			ロール紙（カラー及び多色）		%
23			ロール　フィルムなどの原反（モノクロ）	特殊グラビア、フレキソ印刷、スクリーン印刷からの置換え	%
24			ロール　フィルムなどの原反（カラー及び多色）		%
25			大判～半裁（平面およびロール素材用ワイドフォーマット）	スクリーン印刷からの置換え	%
26			スクリーン印刷（上記以外）		%
27			シール・ラベル		%
28			ハイブリッド印刷 （オフセット、BF等で固定情報印刷＋インクジェット機で可変情報追刷り）		%
29		デジタル印刷の後加工（折り、製本、ダイカット、製函等のオフライン加工）			%
30		印刷付帯サービス（＊下記、問6の説明を参照）			%
合　計					100%

問６．目別売上高を下記回答欄にご記入ください。

（直近の決算年度の売上高を【100 万円】単位で、また 3 年後の増減予測を%でご記入ください）

＊　それぞれの印刷工程には通常の後加工を含めて回答下さい。

＊　「印刷付帯サービス」の【前工程】は企画、デザイン、DTP.データ加工、データ入力、システム開発、Web 開発など、【後工程】はフルフィルメント、パッキング、キッティング、配送、倉庫預かりなど、各々印刷加工後に行なう付帯的な業務を幅広く指します。

6-1 商業印刷

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DB など前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-2 ハイブリッド印刷（オフセットなどで固定データを印刷、デジタルで地図等の可変データ追刷り）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DB など前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-3 大判印刷/大判プリント

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DB など前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-4 出版印刷（一部作りを除く）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DB など前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-5 ブックオンデマンド（BOD：一部～数百部の出版印刷物）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DB など前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-6 フォトアルバム（一部～数十部の写真集）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-7 事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-8 データプリント（DPS、トランザクションプリント、白紙にデジタル印刷機だけで印字）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-9 シール・ラベル

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-10 セキュリティタグ、RFID

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-11 パッケージ・包装・特殊印刷（オフセット印刷分野）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-12 パッケージ・包装・特殊印刷（グラビア印刷分野）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-13 パッケージ・包装・特殊印刷（フレキソ印刷分野）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-14 特殊印刷/（スクリーン印刷分野）

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

6-15 新聞印刷

有版印刷＋加工（通常の印刷）	デジタル印刷＋加工（トナー）	デジタル印刷＋加工（インクジェット）	付帯サービス（企画/販促/デザイン/DBなど前工程）	印刷付帯サービス（フルフィルメント、発送代行、倉庫など後工程）	無し
百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	□

3 年後の増減比率の予測

%	%	%	%	%

問７．デジタル印刷ビジネスにおける顧客満足度向上で重視することをお選びください。（複数回答可）

1□ワンストップで後加工まで生産　2□Web to print（B to C 型の構築）3□Web to print（B to B 型の構築）　4□印刷物の在庫レス（オンデマンド印刷）提供　5□バリアブル印刷と後加工　6□クロスメディアとの連携を提案　7□高付加価値型の後加工（厚盛り、箔押し、ラミネート、特殊折りや抜き等の紙加工）　8□特色対応　9□特殊原反に対応　10□顧客へのデジタル印刷の啓発　11□セキュリティレベルを上げ発注元の信用度を上げる　12□提案型営業の育成(または人材確保)
13□その他（　　）

問８．デジタル印刷機の導入促進のために必要なことをお選びください（記入複数回答可）

1 □極小ロット対応　2 □工程管理の自動化　3 □面付け/出力データ作成の自動化　4 □1人3台以上の出力機を稼働　5 □多能工化　6 □ハイブリッド印刷（固定出力と可変出力を組み合わせ）活用
7 □通常印刷とデジタル印刷の出力を瞬時に切り替えられるワークフロー　8 □バリアブル出力の対応力
9 □技術者のIT教育(または人材確保)　10 □優秀なIT協力先(パートナー)の確保　11 □画像品質up
12 □ランニングコストの低減

カウンター料金の低額化：（定価に対して）

12-1□80%、12-2□70%、12-3□60%、12-4□50%、12-5□半額以下

13 □その他(　　)

Ⅱ．以降の問９～１２は、デジタル印刷機を保有している企業のみご回答ください。

問９.デジタル印刷機（生産機）の保有状況についてご記入下さい。

・導入時期と導入機の収益性についての評価点について該当するものを○で囲んで下さい。

				取得時期別の台数(数字で記入)				
	メーカー名	機種名	色数	1年以内	3年以内	5年以内	5年以上	収益性(○印)
1			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる
2			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる
3			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる
4			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる
5			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる
6			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる
7			カラー／白黒					儲からない　±0　儲かる

問１０．デジタル印刷機を所有しているところは月間印刷枚数（A4片面換算）をご記入ください。

1	カット紙（モノクロ）		枚/A4
2	カット紙（カラー）		枚/A4
3	ロール紙(モノクロ)	ﾄﾅｰ　枚/A4	ｲﾝｸｼﾞｪｯﾄ　枚/A4
4	ロール紙(カラー)	ﾄﾅｰ　枚/A4	ｲﾝｸｼﾞｪｯﾄ　枚/A4
5	カット フィルムなどの原反(モノクロ)	ﾄﾅｰ　枚/A4	ｲﾝｸｼﾞｪｯﾄ　枚/A4
6	カット フィルムなどの原反(カラー)	ﾄﾅｰ　枚/A4	ｲﾝｸｼﾞｪｯﾄ　枚/A4
7	ロール フィルムなどの原反(モノクロ)	ﾄﾅｰ　枚/A4	ｲﾝｸｼﾞｪｯﾄ　枚/A4
8	ロール フィルムなどの原反(カラー)	ﾄﾅｰ　枚/A4	ｲﾝｸｼﾞｪｯﾄ　枚/A4
9	大判～半裁(平面およびロール素材用ワイドフォーマット)		枚/A4
10	スクリーン印刷		枚/A4
11	シール・ラベル		枚/A4
12	その他の無版印刷機(　　)		枚/A4
	合　計		枚/A4

問１１．デジタル印刷（無版印刷）の売上が有版印刷（オフセット、グラビアなど）の売上を、いつ頃超えると予測していますか。（数字でご回答下さい）

デジタル印刷の売上がオフセットなど有版印刷の売上を超えるのは、【　　年後】であろう。
または既に、【　　年前】に超えてしまった（そのデジタル印刷機の種類は【　　】）

問１２．貴社のデジタル印刷ビジネスの推進役を、次からお選びください。（□にレを記入複数回答可）

1□経営者　2□役員クラス(2-1□営業担当　2-2□生産担当　2-3□新規事業担当)
3□部課長クラス(3-1□営業担当　3-2□生産担当　3-3□新規事業担当)
4□その他(　　)

Ⅲ．全ての企業にお伺いいたします。

デジタル印刷の活用度をさらに高めるについて「もっとこうであれば」というようなことで、お気づきのことがあればコメントをご記入願います。

ありがとうございました。

－非 売 品－
禁無断転載
平成 23 年度
印刷業界におけるデジタル印刷に関するアンケート調査
2011 年デジタル印刷市場の現状
発 行 平成 24 年 3 月 23 日
発行者 社団法人 日本印刷産業連合会
〒104-0041 東京都中央区新富 1-16-8
電話 03-3553-6051 FAX 03-3553-6079
ホームページ http://www.jfpi.or.jp